

체계적 트렌드 분석을 통한 사업기회영역 도출 및 Life Style 중심의 고객세분화 전략 연구

허태영, 박찬근, 박정석

heoty@hhu.ac.kr, parkjs@sktelecom.com

한국해양대학교, SK Telecom

부산광역시 영도구 동삼동 1번지

051-410-4373

키워드 : 사업기회영역, 트렌드 분석, ICT, BOD

- Abstract -

본 연구는 크게 미래 기술수요트렌드 분석과 라이프스타일 중심의 사전 고객세분화 전략을 다루었다. 첫째, 트렌드 분석에서는 포괄적이고 체계적인 트렌드 이슈들의 조사를 통해 미래 사회와 개인의 삶의 질적 변화를 파악하고 이와 관련된 주요 트렌드를 도출하였으며, 특히, ICT와 관련하여 도출된 기술수요 시사점과 트렌드 분석결과를 통합하여 ICT관점의 기술수요 트렌드를 도출하였다. 또한, 도출된 기술수요 트렌드 분석을 통해 서비스 컨셉을 도출하고, 세분 고객/시장별 사업기회영역 (BOD: Business Opportunity Domain)을 도출하였다.

둘째, 미래기술개발의 관점이 기술개발중심에서 고객가치중심으로 변화하는 시대에서, 세분된 고객들의 니즈와 욕구를 충족시키기 위하여 사전 고객세분화 모형을 구축하였다. 특히, 고객세분화에 있어 고객들의 기술수용태도 및 가치지향성 중심의 사전세분화 모형을 구축하였으며, 구축된 세분화 모형을 통해 세분 고객 유형별 특성 및 고객의 니즈를 파악하고 세분군집과 트렌드 분석을 통하여 사업기회영역으로 도출된 미래서비스 수용의도간의 상호관계를 파악하였다.

또한 기업 자원의 효율적 사용을 위하여 선택과 집중적 자원 배분의 이슈에 초점을 맞춰 고객세분화 및 대응일치분석을 통하여 각 사업기회영역에서의 목표 고객 군을 쉽게 파악할 수 있도록 가시화하였다.